

## Список литературы:

1. Дик П.Ф. Культурология и терапеология как знание и культурная практика // Человек и наука в современном обществе. Мат-лы Межд. науч.-практ. конф. Алматы: ИФПР КН МОН РК, 2012. С. 349-357.
2. Кант И. К вечному миру. Философский проект: Сочинения в 8 томах. Т. 7 / И. Кант; пер. с нем. ; под общ.ред. А.В. Гулыги. М.:Чоро, 1994. 495 с.
3. Лосев А.Ф. Диалектика мифа / А.Ф. Лосев; сост., подг. текста, общ. ред, А.А. Тахо-Годи, В.П. Троицкого. – М.: Мысль, 2001. 558 с.
4. Шеллинг Ф.В.Й. Введение в философию мифологии: Сочинения в 2 томах. Т. 2 / Ф.В.Й. Шеллинг; пер. с нем. ; сост., ред. А.В. Гулыга; прим. М.И. Левиной и А.В. Михайлова. – М.: Мысль, 1989. 636 с.

**Доможирова, Н. К., Кузнецов, А. Ю.**

*г. Екатеринбург, Уральский федеральный университет  
имени первого Президента России Б.Н.Ельцина*

## **ПЛЮРАЛИЗМ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА (НА ПРИМЕРЕ ОСВЕЩЕНИЯ ВНУТРИУКРАИНСКОГО КОНФЛИКТА РОССИЙСКИМИ СМИ)**

*В статье говорится о социально-политическом конфликте в Украине и рассматривается использование информации о нем в СМИ как новом способе воздействия на массовое сознание общества, а также раскрывается понятие «информационная война». Дается характеристика отражения украинского конфликта на федеральном, оппозиционном и патриотическом телеканалах в предвыборный (лето-осень 2016 года) и обычный периоды (осень-зима 2016 года).*

*The article talks about the socio-political conflict in Ukraine and considers the use of media information about it as a new*

*type of impact to the mass consciousness of the society, as well as the notion of "information war". The characteristics of the reflection of the Ukrainian conflict on the federal, opposition and patriotic TV channels in the pre-election (summer-autumn of 2016) and usual periods (autumn-winter of 2016) are given.*

*Ключевые слова: Информация, информационная война, политический дискурс, контент-анализ, СМИ, Россия, Украина.*

*Keywords: Information, information war, political discourse, content analysis, mass media, Russia, Ukraine.*

Уже во время зарождения человеческого общества информация могла влиять на разум и эмоции человека посредством мифов, сказаний, стереотипов. Современный же этап развития человеческого общества часто называют «информационной эпохой», и это, безусловно, не преувеличение. Сегодня каждый человек практически постоянно получает колоссальный объем информации, из различных источников: радио, телевидения, социальных сетей, информационных агентств, периодических печатных изданий и других.

Ту информацию, которая относится к нам лично, мы обрабатываем самостоятельно, но для ориентации в глобальной сфере политических и социально значимых событий, человек привычно обращается к СМИ. Они призваны акцентировать внимание только на том, что действительно важно, становясь призмой, через которую человек смотрит на мир, в том числе «образы большой политики доставляются реципиентам... через СМИ, коммуникатор может приходиться к запланированным выводам и достигать нужных ему целей независимо от реакции аудитории» [3. С. 124]. «Информационная эпоха» характеризуется самым широким распространением такого феномена, как «скрытое психологическое воздействие на реципиента с целью изменений, побуждений и целей, модификации действий в интересах субъекта коммуникации» [1. С. 101], то есть манипуляции.

Манипуляция является основным средством ведения информационных войн. Под информационной войной обычно понимают, во-первых, военное противостояние или

действия, предпринимаемые для нанесения ущерба информационным системам и ресурсам с целью получения информационного превосходства, во-вторых, информационно-психологическую войну, которая предполагает воздействие на общественное сознание таким образом, чтобы заставить людей действовать даже в ущерб своим собственным интересам. Вообще, современные войны протекают не только на полях сражений, зачастую победа в виртуальном пространстве становится куда важнее победы, одержанной непосредственно на поле боя, поэтому СМИ становятся основным оружием в информационных войнах. Чаще всего СМИ прибегают к использованию компрометирующей информации для создания отрицательного образа политика или государства, доводя до аудитории специально подобранные негативные сведения о том или ином явлении при помощи массового выпуска специализированных передач и программ на радио, телевидении, рубрик и материалов в прессе и Интернете [7. С. 18-26].

На сегодняшний момент, именно тема украинского конфликта остается актуальной для обсуждения как российскими, так и мировыми СМИ. Произошедшие события отразились на гражданах нашей страны, мы ощутили на себе воздействие санкций со стороны западных стран, поэтому стало важным получение всесторонней информации и понимание всех аспектов протекания этих политических процессов. В социально-политическом конфликте в Украине были заинтересованы огромные массы людей из самых разных социальных слоев, защищающие свои политические интересы. Он длится уже более четырех лет, и к нему не просто привлечено внимание широкой общественности, в него в той или иной форме оказались втянутыми разные страны и прежде всего Россия. Украинский конфликт уже привел к кардинальному пересмотру характера отношений между Россией и Украиной. За короткий, по историческим меркам, период, пережив ряд потрясений, соседнее государство трансформировалась из дружественной, «братской» страны во враждебную. И здесь уже затрагиваются не только внутренние интересы разных социальных групп и общностей непосредственно вовлеченных в конфликт. Все это актуализирует проблему особенно для студенческой молодежи, политические ценности и позиции которой нахо-

дятся в стадии формирования, а следовательно «необходима продуманная политика государства в плане воспитания студенческой молодежи, привития ей системы ценностей необходимой для успешного развития и процветания гражданского общества» [6. С. 119].

В связи с этим мы посчитали необходимым рассмотреть отражение социально-политического конфликта в Украине в российских средствах массовой информации для характеристики их роли в формировании отношения студенческой молодежи Екатеринбургских вузов к конфликту в Украине, несмотря на отмечавшийся ранее многими местными исследователями «сдвиг показателей в сторону снижения политической активности молодежи» [5. С. 72]. Впрочем, некоторые авторы отмечают в последнее время и положительную динамику в этой, интересующей нас, области [4. С. 182-187].

Согласно результатам опроса студентов Екатеринбурга, проведенного ранее, основным источником информации о ситуации, складывающейся на территории Украины для них, после социальных сетей, выступает телевидение, что подтверждается и данными наших коллег [2. С. 28-33]. В качестве объективного обозревателя не только политической жизни нашей страны, но и других государств, стремится предстать перед аудиторией каждый информационный канал. Однако стоит понимать, что телевидение является одним из самых влиятельных инструментов в манипулировании общественным мнением в руках как правительства так и негосударственных акторов политического процесса. Для анализа были отобраны следующие объекты исследования: новостные и политические программы на Первом телеканале, информационном телеканале «Дождь», телеканале «Красная линия» за периоды лета-осени 2016 года, осени-зимы 2016 годы, осени-зимы 2017 года. Указанные телеканалы были отобраны по следующим характеристикам. «Первый» – телеканал озвучивающий официальную правительственную точку зрения, новостной рейтинг которого чаще всего занимал лидирующие позиции. «Дождь» – оппозиционный, либеральный информационный телеканал, «Красная линия» – оппозиционный патриотический телеканал Коммунистической партии Российской Федерации.

В качестве метода исследования вторичных источников

мы выбрали именно контент-анализ новостных телепередач и тематически акцентированных политических программ, так как цель нашего исследования заключалась в выявлении информационного сигнала, содержащегося в новостных, политических телепередачах на ранее отобранных нами телеканалах. Для этого был разработан специальный кодификатор, который содержал следующие положения:

транслируемый образ украинской власти и образ украинского народа

изображаемый образ отношения стран Запада к Украине

характеристика отношений между Россией и Украиной

характеристика отношений между Россией и ЛНР, ДНР

транслируемый образ России

предлагаемый способ решения конфликта.

Нами было проанализировано 494 информационных сообщения, касающихся украинского конфликта. Мы пытались максимально полно охватить новостные передачи и тематические политические программы, так или иначе касающиеся украинского конфликта. Обратимся подробнее к результатам исследования, подтвердившим или опровергнувшим, выдвинутые гипотезы.

Мы предполагали, что в предвыборный период частота упоминания социально-политического конфликта в Украине повышается, и наше предположение полностью подтвердилось.

Доля передач в предвыборный период (лето-осень 2016 года), посвященных украинской проблематике, выше, чем в обычный (осень-зима 2016 года). Так, в предвыборный период теме украинского конфликта на «Первом» телеканале было посвящено 63,75% новостных передач, а в обычный – 56,96%, а также украинской теме было посвящено 32,6% тематически акцентированных политических программ в предвыборный период, а в обычный – 17,54%. Что касается телеканала «Красная линия», то в предвыборный период конфликту в Украине было посвящено 20,69% новостных передач, а в обычный – 5,66%. То же прослеживается и в политических программах: в предвыборный период украинскому конфликту было посвящено 12,5% передач, а в обычный – 9,3%. На телеканале «Дождь» кризису в Украине в предвыборный период было уделено 2,2% новостных

сообщений, а в обычный – 1,62%. Полученный вывод мы объясняем тем, что «информационным шумом» пытаются отвлечь российское общество от собственных внутригосударственных проблем, предостеречь от организации собственного майдана.

Также нам удалось установить, что отражение украинского конфликта на телеканале «Дождь» отличается от тех образов, которые преподносят телеканалы «Первый» и «Красная линия».

Так, в предвыборный период на телеканале «Дождь» образ украинской власти представлен как реально действующей прежде всего в интересах украинского народа в 58,54% случаях, тогда как на телеканалах «Первый» и «Красная линия» в этот же период 3,75% и 0% соответственно. Вдобавок образ стран Запада в отношении Украины представлен как образ искренних друзей в 72,41% случаях, тогда как на «Первом» - 27%, а на «Красной линии» - 25%. Далее, Россия представлена как страна-агрессор в 46,58% случаях на «Дожде», тогда как на телеканале «Красная линия» в 7,69% и на телеканале «Первый» в 6,94% случаях. Также в указанный период присутствуют различия с телеканалом «Красная линия»: образ украинского народа в 50% случаях представлен и как хозяина положения, так и жертвы ситуации, а методом разрешения конфликта является вооруженное урегулирование в 53,85% случаях.

Что касается обычного периода, то на телеканале «Дождь» образ стран Запада в отношении Украины представлен как искренних друзей в 62,5% случаях, тогда как на «Первом» - в 2,56% случаях, а на телеканале «Красная линия» - 0%, а также образ России представлен как образ страны-агрессора в 56,52% сообщений на телеканале «Дождь», тогда как на «Первом» в 7,69% случаях, а на телеканале «Красная линия» - в 0%. Полученный результат мы можем объяснить наличием пропаганды на федеральном и патриотическом каналах, тогда как независимый информационный телевизионный канал в данной деятельности уличен нами не был.

При всем при этом отражение украинского конфликта, транслируемое новостными и тематическими политическими программами на российском телевидении, практически не изменяется в обычный период лета-осени 2016 года и

предвыборный период осени-зимы 2016 года: в предвыборный период образы украинской государственной власти и украинского народа, в целом, не носят более негативный характер, чем в обычный период, а образ России и отношения России и ЛНР, ДНР не носят в заметной мере более положительный. Мы объясняем это тем, что влияние внешних (внегосударственных) факторов на формирование политических ориентаций избирателей имеет достаточно слабое влияние.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что позиции «Первого канала» и телеканала «Красная линия» по отношению к украинскому конфликту практически совпадают. Несмотря на то, что «Красная линия» является негосударственным каналом, принадлежащим КПРФ, которая декларирует себя в качестве оппозиционной партии. Выходит, что в данном случае, из рассмотренных нами телевизионных каналов, только телеканал «Дождь» можно охарактеризовать как независимый и оппозиционный. Достаточно ли этого для того, чтобы говорить о плюралистичности политического дискурса в современной России — вопрос, на наш взгляд, дискуссионный, требующий дальнейшей научной разработки данной тематики.

#### Список литературы:

1. Кораблева Г.Б. Проектирование социальных изменений в городской среде: учеб. Пособие. / Г.Б. Кораблева, С.Е. Вершинин, Н.Л. Антонова, С.Б. Абрамова, М.Н. Вандышев, О.В. Нотман, А.Н. Новгородцева, А.Ю. Кузнецов, О.И. Пименова ; М-во образования и науки РФ, Урал. федер. ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. - Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. 128 с.
2. Корнильцева Е. Г. Динамика жизненных предпочтений россиян в зеркале общественного мнения / Е. Г. Корнильцева // Морская отрасль в контексте социальных процессов: технологии, риски, ценности Материалы III Международной научно-практической конференции. Издательство: ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской технологический университет» (Керчь) 2015. С. 28-33.
3. Кузнецов А. Ю. Политика и средства массовой инфор-

мации (СМИ) / А. Ю. Кузнецов // Политика &... Екатеринбург, 2001. С. 122-137.

4. Кузьмина О.В. Новые явления в ценностных ориентациях студенчества / О. В. Кузьмина, Е. Г. Корнильцева // Современные исследования социальных проблем (электронный журнал). 2017. Т. 8. № 1-2. С. 182-187.

5. Пьяных Е. П. Ценностные ориентации молодежи / Е. П. Пьяных, М. Г. Тарасян, И. В. Неуймина // Вестник Уральского государственного университета путей сообщения. 2013. № 3 (19). С. 72-84.

6. Пьяных Е. П. Жизненные цели современной студенческой молодежи / Е. П. Пьяных, М. Г. Тарасян, И. В. Неуймина // Бюллетень научных работ Брянского филиала МИИТ. 2013. №2 (4). С. 105-109.

7. Резниченко Д. В. Приемы информационных войн в современных СМИ (на примере политического конфликта России и Украины в 2014-2015 гг.) / Д. В. Резниченко, Я. В. Каштальянова // Дискурс-Пи. 2016. Т. 13. №1. С. 18-26.

**Еперина А.А.**

*г. Екатеринбург, Уральский федеральный университет  
имени первого Президента России Б.Н.Ельцина*

## **ВЛИЯНИЕ ЦВЕТА НА ВОСПРИЯТИЕ ГОРОДСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЧЕРЕЗ ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ**

*В статье ставится задача рассмотреть влияние цвета на восприятие городской идентичности через фирменный стиль (логотип). Рассматриваются факторы, влияющие на формирования идентичности, семантические особенности цвета и методы, способствующие поиску фирменных цветов. По итогу проделанной работы, отталкиваясь от полученного опыта, производится поиск фирменных цветов для города Кострома.*

*Ключевые слова: Городская идентичность, фирменный стиль, цвет, Иоханнес Иттэн, семантика цвета, анализ, Кострома.*

Еперина А.А. ВЛИЯНИЕ ЦВЕТА НА ...